

Heimtex



INTERVIEW DES MONATS

Olaf Schmidt, Messe Frankfurt:
„Wir planen die Heimtextil 2021 für die
Zeit nach der Lockerung.“ Seite 22

Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

Object Carpet bezieht seinen neuen „Object Campus“

Seite 66



■ BODENBELÄGE

MMFA gewinnt zwei neue Mitglieder

Der Verband der mehrschichtig modularen Fußbodenbeläge (MMFA) begrüßt zwei Neuzugänge im Kreis der Mitglieder: Flooring Industries ist dem Verband als außerordentliches Mitglied beigetreten, Servaco Product Testing - Joint Venture with Vito als Fördermitglied.

Das belgische Unternehmen Flooring Industries, auch bekannt als Unilin Division Technologies, steuert, vermarktet und verwaltet Innovationen und über 2.000 Patente seiner Mutter Unilin und der Mohawk-Gruppe. Dazu gehören Verriegelungssysteme, kunststoffbasierte Trägerplatten sowie Digitaldruck- und Strukturierungsverfahren.

Servaco Product Testing - Joint Venture with Vito wurde im März 2019 in Belgien gegründet und bietet Labor- und Beratungsdienstleistungen speziell für Produkt-Emissionsprüfungen an.

Mit den beiden Neuzugängen vereint der MMFA nun 25 ordentliche, 28 außerordentliche und drei fördernde Mitglieder.

Blick nach GB

Kingfisher meldet Umsatzeinbruch

Im ersten Quartal (30. April) des Geschäftsjahres 2020/21 hat der Baumarktkonzern Kingfisher nach vorläufigen Zahlen einen Umsatzeinbruch von 24,0 % auf 2,2 Mrd. GBP (2,5 Mrd. EUR) erlitten. Vor allem bei den französischen Tochtergesellschaften (-41,5 %) und auf der iberischen Halbinsel (-46,8 %) haben sich die Corona-Restriktionen für den Handel negativ ausgewirkt. Aber auch im heimischen Großbritannien und in Irland - zusammen machen beide gut die Hälfte der Umsätze aus - gab es einen massiven Rückgang von 14,7 %. Im Gegensatz zu Deutschland, mussten die Baumärkte in den genannten Ländern zumindest vorübergehend schließen.

Vor Corona, hatte sich die Kingfisher-Gruppe positiv entwickelt. Für den Februar bilanzierten die Briten noch ein Umsatzplus von 7,6 %. Im März (-24,6 %) drehte die Entwicklung ins Minus, im April (-49,6 %) schließlich halbierten sich die Einnahmen gegenüber dem Vorjahresmonat.

Balta: Covid-19 drückt stark auf Umsätze

Die weltweiten Folgen der Corona-Pandemie machen dem Balta-Konzern schwer zu schaffen. Europas größter Hersteller textiler Bodenbeläge vermeldet einen Umsatzeinbruch im ersten Quartal 2020 von 13,6 % (organisch) auf 159,7 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Nach zwei soliden Monaten Januar und Februar sanken die weltweiten Erlöse im März um rund 29 %. Während das Objektgeschäft sich mit einem Zuwachs von 2 % wacker hält, müssen die Segmente abgepasste Teppiche (-25 %) und Wohnbereich (-14,3 %) im ersten Quartal erheblich Federn lassen. Unter dem Strich haben die Flamen bis einschließlich März ein konsolidiertes und bereinigtes EBITDA in Höhe von 17,5 Mio. EUR (-2,2 %) in den Büchern stehen.

Der erheblich verschuldete und börsennotierte Konzern hat teilweise drastische Maßnahmen getroffen, um die Auswirkungen der Pandemie auf die eigene Geschäftstätigkeit abzumildern und gleichzeitig seine Kunden weiterhin vollumfänglich bedienen zu können: Im April sind sechs der acht Werke zeitweise heruntergefahren, für zahlreiche Arbeiter und Angestellte ist Kurzarbeit angeordnet worden. Die monatlichen Bezüge der Geschäftsführer, der Geschäftsleitung sowie weiterer Führungskräfte im mittleren Management wurden um 30 bis 50 % gekürzt. Produkteinführungen hat Balta bis auf Weiteres zurückgestellt.

Tarkett: Umsatz Corona-bedingt gesunken

Die Geschäftszahlen von Tarkett für das erste Quartal 2020 wurden bereits von den Corona-Einschränkungen speziell in Europa beeinflusst. So sank der Umsatz des Bodenbelagsherstellers in der Region EMEA um 4,7 %, während er etwa in Nordamerika mit +0,2 % praktisch konstant zum Vorjahr gehalten werden konnte. Insgesamt addieren sich die Umsätze des französischen Konzerns auf 610,7 Mio. EUR, was ein Minus von 2,2 % bedeutet. Als EBITDA werden 42,4 Mio. EUR (-1,6 %) ausgewiesen.

Für das zweite Quartal rechnet Tarkett mit einer erhöhten Beeinträchtigung der Geschäftstätigkeit durch Corona. Weil die Nachfrage mit Ausnahme Chinas in allen Schlüsselregionen zurückgeht, könnte es zumindest im April einen Umsatzeinbruch von 40 % geben. Bereits seit Mitte März werden daher Maßnahmen zur Kostenreduktion getroffen, unter anderem vorübergehende Entlassungen und Arbeitszeitverkürzungen,



Dass der Bodenbelags- und Farbengroßhandel in März und April durchgehend geöffnet bleiben durfte, hat für Stabilität in der Branche gesorgt.

Bodenbelagsbranche geht mit Optimismus schweren Zeiten entgegen

Der Bodenbelagsbranche stehen wirtschaftlich schwere Zeiten bevor. Sie aber gibt sich positiv-kämpferisch, die Krise zu überstehen, wie eine exklusive Umfrage von BTH Heimtex in Industrie und Handel zeigt.

Die Bundesregierung rechnet für das laufende Jahr mit einem preisbereinigten Rückgang des Bruttoinlandsproduktes von 6,3 % - das wäre die schwerste Rezession der Nachkriegszeit. Eine Erholung wird erst ab der zweiten Jahreshälfte erwartet. Nach einem Aufholprozess 2021 mit einem prognostizierten BIP-Wachstum von 5,2 %, werde dann Anfang 2022 wieder das Vorkrisenniveau erreicht.

Auch Produktion, Handel und Verkauf von Bodenbelägen auf den deutschsprachigen und

europäischen Märkten sind von den Folgen der Corona-Pandemie stark beeinträchtigt: Werke wurden vorübergehend stillgelegt, teilweise ganze Belegschaften in Kurzarbeit geschickt, Fachhändler und Raumausstatter mussten ihre Ausstellungen schließen. Wie geht die Branche damit um, wollten wir von Herstellern, Großhändlern und Einzelhandelskooperationen wissen.

Die große Mehrheit hat die verordneten Abstandsregelungen und Hygienemaßnahmen zum Schutz

von Mitarbeitern und Kunden innerbetrieblich zügig umsetzen können. Homeoffice wird so viel wie möglich gemacht, Außentermine - beispielsweise für den Vertrieb - so wenig wie nötig angesetzt. Um das Ansteckungsrisiko zu minimieren oder gänzlich auszuschließen, entschieden sich einige Hersteller, die Produktion zu reduzieren beziehungsweise ihre Anlagen für einige Wochen komplett anzuhalten. Geliefert wurde dann aus den in der Regel gut gefüllten Lagern. Klagen des Handels über Lieferengpässe waren bisher jedenfalls nicht zu hören. Die Umstellung von Kommunikation, Arbeitsabläufen und Kundenservice auf digitale Kanäle hat ebenfalls im Großen und Ganzen gut funktioniert, berichten die Unternehmen unisono.

Was die Umsätze angeht, zeigt sich in der Branche jedoch ein uneinheitliches Bild. Während fast alle ein gutes oder normales erstes Quartal bilanzieren, wirken die Einschränkungen zur Eindämmung des Covid-19-Virus sich ab April bereits negativ auf die Absätze aus: In Deutschland moderat, im europäischen Ausland stärker und in jenen Ländern verheerend, in denen Ausgangssperren und Shutdowns verhängt wurden wie Italien, Spanien, Frankreich oder Großbritannien. Das wird die Branche noch einige Zeit beschäftigen.

Besonders Hersteller, die stark im Handel vertreten, klagen über teilweise gravierende Einbußen seit Mitte März. Das Objektgeschäft hingegen läuft noch verhältnismäßig gut. Blicken die Produzenten in die Zukunft, ändern sich die Vorzeichen: Unternehmen, die viel in den Handel liefern, erhoffen sich

von den Lockerungen des wirtschaftlichen Lebens in Deutschland seit Ende April, Anfang Mai eine Erholung ihrer Umsätze. Sie erwarten Nachholeffekte sowie eine Umschichtung von Investitionen in Haus und Wohnungen, die ursprünglich etwa in den Sommerurlaub 2020 fließen sollten.

Objekt fokussierte Lieferanten rechnen hingegen erst ab Mitte oder zum Ende des Jahres 2020 mit einer teilweise deutlichen Verschlechterung ihrer Auftragslage, weil Bauvorhaben wegen der allgemeinen Rezession nach 2021 oder 2022 verschoben oder sogar ganz gestrichen werden könnten. Die Verantwortlichen gehen jedoch davon aus, dass staatliche Konjunkturpakete Teile der Bauwirtschaft stützen werden.

Ein ähnliches Bild zeichnet der Großhandel. Er konnte während der wirtschaftlichen Beschränkungen weiterarbeiten und hat sich über gute Geschäfte gefreut. Manch ein Grossist befürchtet aber, dass es sich hier teilweise um vorgezogene Umsätze der Bodenleger, Raumausstatter und Maler handeln könnte, die für die im Privatbereich erwarteten Renovierungsarbeiten gewappnet sein wollen.

Viele gehen zudem davon aus, dass die Krise vor allem im Fachhandel Verlierer haben wird. Denn je länger und schwerer die Rezession anhält, desto schwieriger wird es für kleinere Händler, die grundsätzlich über eine eher dünne Kapitaldecke verfügen, sich ihre Liquidität zu erhalten. Einige Kooperationen rechnen für 2020 mit 15 bis 20 % weniger Umsatz im Facheinzelhandel.

» jochen.lange@snfachpresse.de

Branchen-Statements zur aktuellen Situation

Amorim

Die Menschen renovieren mehr

„Wir sind gut durch die Zeit gekommen, unseren Mitarbeitern und deren Familien geht es soweit gut. Die Produktion läuft weiterhin im Mehrschichtbetrieb; die Lieferketten haben wir den besonderen Herausforderungen angepasst. Sie laufen stabil und sind bestmöglich abgesichert, so dass eine fristgerechte Lieferung in den nächsten Wochen gewährleistet ist. Daher können wir unsere Kunden ohne Einschränkung mit Ware versorgen. Uns kommt auch

zu Gute, dass unser Beschaffungsmarkt Europa ist. Es wäre jetzt allerdings vermessen zu sagen, dass die neue Situation keine Auswirkungen hat. Die Absätze haben sich etwas verschoben, womit wir sehr gut umgehen können. Die Menschen schenken ihrem Zuhause jetzt aber mehr Beachtung, es wird in Heimarbeit umgebaut und renoviert. Für eine solide Prognose ist es noch zu früh; die Rechnung wird Ende des Jahres aufgemacht.“



Tomas Cordes, Geschäftsführer Deutschland

Amtico

„Die Welt nach Covid-19 wird eine andere sein“



Oliver Kluge,
Vertriebs- und
Marketingdirektor
Europa

„Wir können aktuell unsere Kunden aus Groß- und Fachhandel sowie Handwerker mit Ware versorgen. Die Umsatzentwicklung im März und April war in Deutschland auch deswegen in Ordnung, der April wird mit einem Plus zum Vorjahr abschließen; das Wachstum wurde im Objektgeschäft erzielt. Sicherlich wird es bei einigen Kunden der Fall sein, dass geplante Bauvorhaben gar nicht oder erst spät, eventuell auch nicht vor 2021 realisiert werden. Die Perspektiven für Mai sind nicht schlecht, was sich final aber davon umsetzen lassen wird, können wir heute noch nicht absehen. Im Ausland stellt sich die Situation komplett anders dar: Dort hatten wir im April Rückgänge in den einzelnen Ländern zwischen 50 und 90 %. Eine

Erholung im Mai können wir derzeit noch nicht erkennen. Auch Amtico International und die Muttergesellschaft Mannington haben einen Umsatzrückgang zu verzeichnen.

Die Welt nach Covid-19 wird eine andere sein. Was das im Einzelnen bedeutet und in welchem Umfang sich das in den einzelnen Ländern darstellt, können wir derzeit noch nicht absehen. Wir planen derzeit, unser Büro in Neuss nicht vor Juni wieder zu eröffnen, sind aber in vollem Umfang handlungsfähig. Amtico hat derzeit in Großbritannien keinen einzigen Covid-19-Fall und unsere Organisation in den USA derzeit acht Fälle bei einer Gesamtmitarbeiterzahl von derzeit 5.100.“

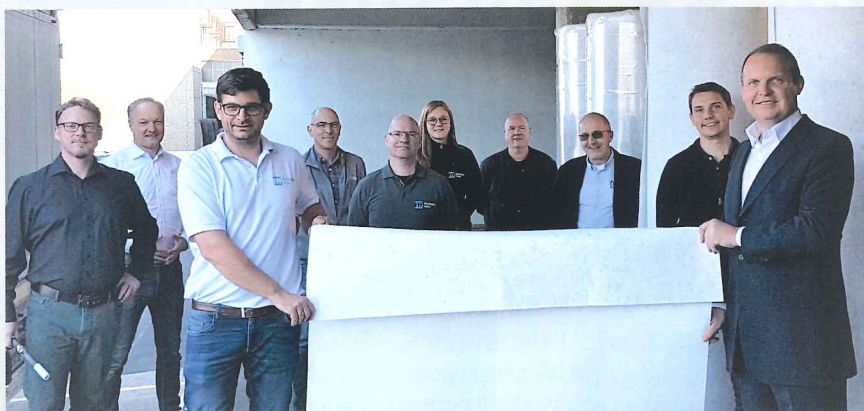
Associated Weavers, Belgien

Nachholeffekte werden Umsatzrückgänge nicht kompensieren

„Wir bleiben trotz der schwierigen und unsicheren Lage optimistisch. In der Regel hat unsere Branche in der Vergangenheit immer profitiert, wenn die allgemeine wirtschaftliche Situation schlecht gewesen

ist. Konsumausgaben beispielsweise für den Sommerurlaub 2020 werden teilweise oder komplett für andere Dinge wie zum Beispiel Renovierungen in den eigenen vier Wänden investiert. Davon würden wir profitieren.

Filzfabrik Fulda produziert neues Filtermaterial für Atemschutz-Masken



Der neue Vliesstoff der Filzfabrik Fulda wirkt antibakteriell.

Die Filzfabrik Fulda hat ein neuartiges Filtermaterial unter dem Markennamen Lanimed entwickelt. Es kann als Grundmaterial für Mund-Nasen-Masken eingesetzt werden. „La-

nimed ist ein vollsynthetischer Vliesstoff, der mit ionisiertem Silber ausgestattet ist. So wirkt er antibakteriell“, erklärt Geschäftsführer Martin Schäfer. Beim Atmen werden die Silberionen ak-

tiviert und können Keime im Luftstrom angreifen. Damit reduziert sich die Ansammlung von Keimen in den Atemwegen und in den Masken.

Alle im Vliesstoff verwendeten Rohstoffe wie Polyester, Polypropylen und Polyamid sind nach Öko-Tex Standard 100 klassifiziert und damit auch für Babys und Kleinkinder geeignet. Das strapazierfähige Material kann 3D-verformt, -genäht und -gefaltet werden. Vliesstoff verfügt über schnittfeste Kanten, was von großem Vorteil bei der Verarbeitung ist. Denn das aufwendige Einfassen oder Umnähen während des Fertigungsprozesses einer Mund-Nasen-Maske entfällt dadurch.

Die Filzfabrik Fulda kann derzeit Material für die Fertigung von rund 750.000 Masken pro Woche zur Verfügung stellen; zukünftig soll die Menge auf mehr als 2 Mio. gesteigert werden.

Wir gehen aber davon aus, dass diese möglichen Nachhol- und Zusatzeffekte die Absatzzrückgänge, die wir für 2020 erwarten, nicht kompensieren werden. Wenn unsere Erlöse am Ende dieses Jahres nicht allzu weit wegbleiben von 2019, können wir zufrieden sein. Trotzdem oder gerade deswegen werden wir unsere geplanten Ausgaben für Marketing, Vertrieb und Kollektionierungen in den kommenden Wochen weiterlaufen lassen. Dann sind wir präsent und schlagkräftig, wenn die Nachfrage wieder anzieht.“



Jean-Marie Linskens,
Vertriebsdirektor

Beauflor (Beaulieu International Group), Belgien

„Ende Juni wieder auf Budget“

„Seit Mitte Mai laufen unsere Werke in Belgien wieder normal, die Läger sind voll und der Außendienst in Deutschland hat die Kurzarbeit beendet. Die Vertriebsmitarbeiter sind mit Atemschutzmasken und Desinfektionsmittel ausgestattet. Der Beaulieu-Konzern geht von einem Szenario aus, in dem wir diese Vorsichtsmaßnahmen im Kundenkontakt bis mindestens Frühjahr 2021 oder bis ein Impfstoff gegen Covid-19 gefunden ist beibehalten werden. Während unsere CV-Umsätze sich in Deutschland bis März gut entwickelt hatten, folgte ein Umsatzminus von rund 50 %. Gleichzeitig nutzten einige unserer Kunden besondere ‚Corona‘-Valuta im Rahmen der Kreditversicherungen, um ihre Liquidität zu erhalten. Zwischen Ende April und Anfang Mai öffnen für uns wichtige Absatzkanäle wie Einrichtungsmärkte und Discounter, die bis dato geschlossen hatten. Wir rechnen daher mit Nachholeffekten im Renovierungsbereich, so dass wir denken, Ende Juni wieder auf Budget zu sein. Es gibt sogar Überlegungen, die traditionellen Werksschließungen über den Sommer zu verkürzen, um die Nachfrage zu bedienen.“



Hans-Jürgen Ihrig,
D/A/CH-Vertriebsleiter

Condor-Gruppe (Condor, Vebe, Edel), Niederlande

Nachfrage zieht wieder an

„Die meisten Unternehmen unserer Gruppe produzieren derzeit auf reduziertem Niveau und unter den notwendigen Sicherheitsmaßnahmen und Hygienevorschriften. Wir gehen davon aus, die Produktion ab Mitte, Ende Mai auf ein normales Niveau hochfahren zu können. Da wir immer ausreichende Lagerbestände führen, sind wir derzeit zu 95 % lieferfähig. Wir spüren, dass die Nachfrage wieder anzieht – besonders aus der D/A/CH-Region, den Niederlanden sowie Skandinavien. Unser Außendienst wird ab Mai wieder im deutschen Markt aktiv sein.“



Vincent Vermoere,
Geschäftsführer
Vebe Deutschland

Bostik
smart adhesives

KEVIN
Neuer Name gefällig?

UNSERE PRODUKTE HABEN JETZT NEUE NAMEN, DIE WIRKLICH JEDER GUT FINDET.

BOSTIK BESSER FINDEN.

Produkte im Bild: STIX A7 TEX ECO, CONTACT A9 ECO, SL C910 EXPRESS, STIX A710 LINO ECO+

www.bostik.de
flooring.bostik.com

Decor-Union

„Das Problem ist die Kapitaldecke“



Frank Böttner,
Geschäftsführer

„Während unsere Großhändler seit Ausbruch der Corona-Krise durchgängig geöffnet haben, mussten zahlreiche unserer Einzelhändler ihre Geschäfte zwischenzeitlich schließen. Schwerpunkt unserer derzeitigen Hilfestellungen ist deswegen die Einzelhandelssparte. Dort herrscht angesichts der Flut an Informationen besonders große Unsicherheit. Deshalb bemühen wir uns, alle Neuerungen infolge der Corona-Krise weiterzugeben. Insbesondere für unsere Einzelhändler haben wir ein umfassendes Marketingpaket geschnürt.“

Unsere Großhändler haben ein deutliches Umsatzplus verzeichnet. Wir vermuten aber, dass dies vorweggenommene Umsätze sind. Viele Handwerker haben Material gebunkert, um für Aufträge gerüstet zu sein. Auch im DIY-Bereich sind viele Produkte vorab

gekauft worden. Die Menschen haben die Zeit genutzt, um ihren Gartenzaun zu streichen oder ihr Heim zu verschönern. Aber die Umsätze sprudeln nicht. Ähnlich ist die Lage der Objekteure. Sie haben viel zu tun gehabt, erwarten aber keine neuen Aufträge.“

Insgesamt sind die ersten vier Wochen der Krise wirtschaftlich gut gelaufen, doch die Stimmung verschlechtert sich. Aber die Zukunft für die Branche sieht nicht schlecht aus. Denn die Erfahrung zeigt, dass die Menschen in der Krise deutlich mehr in langfristige Werte wie Haus und Wohnung investieren als in Urlaub. Die Nachfrage wird sich nach einer Delle wieder entwickeln. Das Problem ist aber die Kapitaldecke. Wenn die dünn ist, muss das eine oder andere Geschäft schließen. Es kommt nun darauf an, wie lange die Krise noch anhält.“

Fachhandelsring FHR

„Die Anforderungen in Digitalisierung werden zunehmen.“



Sabine Wiegand,
Geschäftsführerin

„Die Arbeit im Homeoffice wurde eingerichtet und viele Abläufe mussten angepasst werden. Parallel bestimmten unsere tagesaktuellen ‚Corona-News‘ für FHR-Partner im Intranet unseren Zeitplan. Unseren Partnern bieten wir über eine Info-Plattform sowie in vielen persönlichen Gesprächen eine bestmögliche Unterstützung in allen Fragen zu Corona wie zum Beispiel Öffnungszeiten, Fördergelder, Digitalisierung und Marketingaktivitäten. Das FHR-Team war von Anbeginn des Shutdowns vollumfänglich für seine Partner von Handel und Industrie im Einsatz. Alle Mitarbeiter/innen sind erreichbar.“

Die Anforderungen sind eher gestiegen, als weniger geworden. Tendenziell zeigt sich bereits heute, dass – auf Handel und Handwerk quergerechnet – für 2020 mit einem Minus zwischen 15 und 20 % zu rechnen ist. Definitiv werden wir hierzu wohl erst im Sommer eine Aussage treffen können. Es wird auch Verlierer in dieser Krise geben. Der Markt wird sich bereinigen. Der Handel und das Handwerk müssen die Ärmel noch einmal ein Stück mehr hochkrempeln, um potentielle Kunden zu überzeugen. Die Anforderungen unter anderem in Digitalisierung und Vermarktung werden zunehmen.“

FEB – Fachverband der Hersteller elastischer Bodenbeläge

Auch mal Lieferverzögerungen



Volkmar Halbe,
Vorstandsvorsitzender

„Unsere Mitglieder mussten und müssen ihre Lieferketten sehr sensibel steuern – und natürlich gab es das ein oder andere mal auch Lücken und Lieferverzögerungen. Die Märkte haben sich sehr unterschiedlich verändert. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind eher stabil geblieben oder wurden

im Zeitablauf bislang nur leicht beeinträchtigt. Anders sieht es in den westeuropäischen Märkten aus – die scheinen offenbar wesentlich heftiger berührt zu sein. Kurzarbeit wurde in den meisten FEB-Firmen vorsorglich beantragt – musste aber zumindest bisweilen nicht oder nur in sehr geringem Umfang genutzt werden.“

Forbo Flooring

Staatliche Investitionen als stabilisierender Faktor

„Projekte der öffentlichen Hand wie zum Beispiel Schulen und Kitas, in denen wir vermehrt tätig sind, werden eher langfristig realisiert. Wir erwarten, dass es in Deutschland in diesem Sektor keinen signifikanten Einbruch geben wird. Es gibt aus unserer Sicht Parallelen zur Finanzkrise 2008/2009. Seinerzeit war der öffentliche Bausektor eher ein stabilisierendes Element. Die öffentliche Hand hat damals in der Folge der Krise höhere Investitionen in die Infrastruktur getätigt und damit die Wirtschaft gestützt. Es bleibt abzuwarten, ob die Regierung neben der vereinfachten

Kurzarbeiterregelung auch dieses erfolgreiche Instrumentarium erneut einsetzen wird. Sinn machen würde dies ganz sicher. Einerseits ergäben sich dadurch positive Impulse und andererseits wären gerade Investitionen in Kitas und Schulen als Zukunftssicherung zu sehen. Ganz nebenbei würden hier und da Renovierungsstaus aufgelöst, die schon seit Jahren bestehen. Die derzeitige Situation ist allerdings ohne Beispiel, insofern bleibt uns schlussendlich nichts anderes, als die weitere Entwicklung eng zu beobachten und schnell zu reagieren.“



Martin Thewes,
Geschäftsführer
Deutschland

Interface

Baustellentermine werden weiter wahrgenommen

„Als öffentlich gehandeltes Unternehmen befindet sich Interface bis zur Bekanntgabe der Quartalszahlen in einer ‚Quiet Period‘ und kann aktuell keine konkreten Angaben zum Geschäftsjahr 2020 machen. Daher konzentrieren wir uns darauf, unsere Kunden dabei zu unterstützen, ihre Projekte in der D/A/CH-Region und den anderen globalen Märkten umzusetzen. Interface ist auch aus dem Homeoffice heraus

voll betriebsfähig. Unter Berücksichtigung aller notwendigen Sicherheitsmaßnahmen besuchen Vertrieb oder Anwendungstechnik in zwingend notwendigen Fällen auch die Baustelle. Sowohl das Tagesgeschäft als auch das Spezifikationsgeschäft können wir daher bedienen. Unsere globale Fertigung ermöglicht es uns, Teppichfliesenbestellungen standortübergreifend nachzukommen.“



Nils Rödenbeck, Vice
President & General
Manager D/A/CH

W. & L. Jordan

Rückläufige Entwicklung Ende des Jahres

„Vertrieb, Innendienst, Standortpersonal, Lager, Fuhrpark, Logistik und Baustellenversorgung – wir sind voll und zuverlässig einsatzfähig, verfügbar und besuchen auch unter den Sicherheitsvorkehrungen zum Schutz unserer Mitarbeiter und Kunden auf Wunsch und nach Terminvereinbarung unsere Kunden. Kurzarbeit haben wir angemeldet für den Bereich Wohnstoffe/ Heimtextilien, in dem wir einen spürbaren Umsatzrückgang haben, und im zentralen Marketing; dort ist der Arbeitsumfang ohne beispielsweise Messen, Veranstaltungen

und Seminare vorübergehend etwas geringer. In Österreich und Italien hat der totale Lockdown auch für die Geschäfte unserer Kunden sowie durch eingestellte Großbaustellen zu einem empfindlichen Umsatzrückgang ab Ende März geführt. Bis auf Weiteres spüren wir in Deutschland nur geringe Auswirkungen der Corona-Pandemie. Wir rechnen in Deutschland eher Ende dieses Jahres und für 2021 mit einer rückläufigen Entwicklung, wenn die fehlende Planung sowie die Investitionszurückhaltung spürbar werden.“ →



Jörg L. Jordan,
Geschäftsführer

Das BTH Heimtex Netz
SN-Home.de



André Peckstadt,
Vertriebsdirektor

Lano, Belgien

Umsatzprognose 20 Prozent unter Vorjahr

„Wir liefern weiterhin an alle Kunden, die einen Wareneingang gewährleisten können. Auf dem deutschen Markt sind unsere Umsätze nahezu normal. In Österreich und Schweiz aber werden wir bis zum Jahresende ein deutliches Minus verzeichnen müssen. Andere Länder wie Großbritannien, der größte europäische Markt für Teppichboden, oder Frankreich

sind zusammengebrochen. Im März ist der Schaden sehr in Grenzen geblieben, für April dagegen rechnen wir mit einem Gesamtumsatzniveau von rund 70 %. Wir schätzen vorsichtig – vorausgesetzt es kommt zu einem guten Nachholeffekt im Herbst – dass unser Jahresumsatz um 20 % zurückgehen wird im Vergleich zu 2019.“

Li & Co., Italien

„Das wird uns noch Jahre beschäftigen“

„Wir sind bisher zufriedenstellend durch die Krise gekommen. Gott sei Dank hat man uns immer erlaubt zu arbeiten, was nicht ganz so selbstverständlich ist in unserer näheren Umgebung hier in Südtirol. Wir konnten unsere Partner immer vollumfänglich beliefern. Das hat zwar Mehrkosten nach sich gezogen, blieb aber im Rahmen. Unsere Produktionszeiten haben wir um circa 20 % reduziert. Den Umsatzrückgang zwischen Ende März und Ende April würde ich mit rund 25 % beziffern, da wir ja sehr international

aufgestellt sind und einige Länder komplett runtergefahren wurden. Im D/A/CH-Markt haben wir die Rückgänge bisher etwas weniger gespürt – das wird aber nun auch deutlich spürbarer. In Bezug auf die kurz- und mittelfristigen Folgen bin ich für die deutschsprachigen Märkte etwas zuversichtlicher. Wobei wir auch in diesen Märkten kleinere Brötchen werden backen müssen. Aber ringsherum werden die Kollateralschäden schon gewaltig ausfallen; das wird uns noch Jahre beschäftigen.“



Edwin Lingg,
geschäftsführender
Gesellschafter

Mega

Kunden weitgehend kontaktlos bedienen

„Die Geschäfte halten nach wie vor ein konstant hohes Niveau, der Auftragseingang im März kann als sehr gut bezeichnet werden und liegt heute über Plan – in der aktuellen Situation keine Selbstverständlichkeit. Alle Niederlassungen unserer Unternehmensgruppe haben weiterhin geöffnet. Viele Kolleginnen und Kollegen sind nach wie vor in den Standorten oder auf den Baustellen präsent, auch wenn wir auf Distanz bleiben und gegenüber unseren Kunden ein Lächeln einem persönlichen

Handschlag vorziehen müssen. Wir versorgen Mitarbeiter, die sich im direkten Kundenkontakt befinden, mit Masken, teilweise mit Schutzhandschuhen und Acrylglasaufstellern, und sorgen für eine weitestgehend kontaktlose Kundenabwicklung in den Standorten und auf den Baustellen. Wir sind fest entschlossen, auch weiterhin stark, entschlossen und mutig für unsere Kunden und das Handwerk zu handeln und so die aktuelle Situation gemeinsam gut zu überstehen.“



Volker König,
Vorstandsvorsitzender

Meisterwerke Schulte

Verbesserungen erst im dritten Quartal

„Wir produzieren weiterhin, in der letzten April-Woche wird allerdings in der Produktion zum ersten Mal kurzgearbeitet. Logistik und Versand und damit die Belieferung unserer Kunden sind weiterhin gewährleistet. Umsatz und Absatz bewegen sich per Ende März deutlich sowohl über dem Vorjahresniveau als auch über

den diesjährigen Budgetvorgaben – primär getragen durch den deutschen Markt. Die Umsätze und Absätze im Export, der einen Anteil von etwa 40 % bei uns hat, liegen für das erste Quartal innerhalb des durchaus ‚sportlich‘ budgetierten Korridors. Auswirkungen im April sind in erster Linie im Export festzustellen: Ein

Großteil der Kernmärkte wie Österreich, Frankreich, Belgien, Luxemburg, Italien, Spanien, China, Ukraine, aber auch weitere Märkte sind in unterschiedlichem Maße davon betroffen, so dass wir gegenüber unserem Exportbudget April hier aktuell von einem Minus von annähernd 30 % ausgehen.



Ludger Schindler,
Geschäftsführer

Was die Gesamtlage angeht, gehen wir aktuell von einer weiteren Verschlechterung bis Ende Juni aus – leichte Besserungen sehen wir im dritten Quartal. Für das Jahr 2020 werden wir uns gegenüber dem Gesamtbudget aller Voraussicht nach auf ein Minus von circa 10 % einstellen müssen. Es ist jedoch noch viel zu früh, um hier eine finale Prognose abzugeben. Den deutschen Markt sehen wir Stand heute weitestgehend stabil. Die europäischen Märkte werden sich im Laufe der Zeit unterschiedlich erholen. Neue Strategien der Flexibilisierung sind erforderlich, und zwar in ganz unterschiedlichen Bereichen wie zum Beispiel in Produktion und Einkauf.“

Modulyss, Belgien

„Deutschland ist ein Lichtblick“

„Wir haben selbst zur Hochzeit der Corona-Krise zwei bis drei Tage pro Woche in unserem Teppichfliesenwerk in Belgien produziert und sind deswegen bis heute durchgängig lieferfähig. Wir produzieren und versenden jedoch schwerpunktmäßig Objektaufträge, für die uns vorab bestätigt wird, dass die Baustellen offen sind und die Ware auch tatsächlich abgenommen wird. Da wir weltweit arbeiten, spüren wir die Auswirkungen der Beschränkungen durch Corona in jedem Markt sehr unterschiedlich. In jenen Ländern, die stark betroffen sind wie Italien, Spanien und Frankreich, und in denen das wirtschaftliche Leben deswegen erheblich eingeschränkt ist, ist unsere Auftrags- und Umsatzsituation ebenfalls entsprechend beeinträchtigt. Andere Märkte wie beispielsweise Deutschland und Skandinavien funktionieren bisher auf einem relativ hohen Niveau und sind deswegen Lichtblicke: Objekte werden abgewickelt, und es gibt wenig Verzögerungen.“



Tomás Sánchez,
Vertriebsdirektor
D/A/CH, Südeuropa,
Skandinavien, APAC



DER LEISTUNGS-STARKE AUS DER POWER-RANGE!

Der Multi-Vorstrich R 766 bringt dich Zug um Zug zum optimal vorbereiteten Untergrund!

- Besonders schnell trocknend
- Hochkonzentriert – äußerst ergiebig
- Universell einsetzbar für saugfähige und dichte Untergründe



Ausgezeichnet
in der Fußbodentechnik



Bettina Haffelder,
Vice President
Nora Systems D/A/CH

Nora Systems
„Projekte laufen weiter“

„Wir haben ein bereichsübergreifendes Pandemieteam eingesetzt, das die Situation fortlaufend beobachtet. Die Projekte unserer Kunden gehen ungeachtet der schwierigen Zeiten voran – auch wenn zum Teil in einem neuen Tempo beziehungsweise anderen Prozessen. Unsere Partner und Kunden sind deshalb auch in der aktuellen Situation auf eine reibungslose Zusammenarbeit sowie eine zügige Lieferung

angewiesen. Dies haben wir in den vergangenen Wochen erfolgreich sichergestellt. Die Herstellung und der Versand unserer Kautschuköden in Weinheim wird nach wie vor fortgesetzt. Die Anwendungstechnik als auch unsere Kundenberater kommen im Bedarfsfall nach wie vor zu wichtigen Kundenterminen auch auf die Baustelle, selbstverständlich unter Einhaltung der vorgeschriebenen Sicherheitsmaßnahmen.“



Daniel Butz,
Geschäftsführer

Object Carpet
„Mittelfristig schwierig“

„Wie die Produktion läuft auch unser Warenversand nach wie vor wie gewohnt zuverlässig und pünktlich. Aktuell ist die Auftragslage noch stabil und die Auswirkungen sind noch in einem vertretbaren Rahmen bei uns angekommen; auch wenn der Handel eingebrochen ist. Wir sind natürlich abhängig von der Fortführung von Baustellen und Planungen von Projekten. Aber auch unsere Kunden arbeiten weiter und

treiben ihre Projekte voran. Aktuell gilt es, vor allem positiv zu bleiben und den Kontakt und die Beziehung zu unseren Kunden aufrecht zu erhalten und zu intensivieren. Mittelfristig sehen wir natürlich im Zuge einer eintretenden Rezession auch unser Geschäft als schwierig und herausfordernd an. Strukturell wird es sicherlich Änderungen im Markt und in den Unternehmen geben.“



Stephan Wolff,
Geschäftsführer

Objectflor
„Negative Auswirkungen auf den Konsum“

„Aus Unternehmenssicht sind und waren es sehr herausfordernde Wochen. Kein Notfallplan hatte ein solches europa-, ja weltweites Szenario vorhergesehen. Unsere Produktionsstätten unter anderem in Asien produzieren; unsere Lieferketten halten wir komplett aufrecht. Hier hilft uns unsere großvolumige Bevorratung in unserem Zentrallager in Köln. Bislang sind unsere Ab- und Umsätze erfreulicherweise stabil. Aber natürlich hat ein Ereignis solchen Ausmaßes Auswirkungen auf alle Wirtschaftsbereiche.“

Mittelfristig wird die Pandemie negative Auswirkungen auf den Konsum in Deutschland haben. Hier gilt es, durch Unterstützung und Anreize seitens der Regierung die Wirtschaft anzukurbeln. Wir sind überzeugt, dass wir diese Krise gut überstehen werden. Insbesondere unsere Kernmärkte in Europa werden hoffentlich recht schnell zu alter Stärke zurückfinden. Die weltweiten Auswirkungen sind aktuell fast nicht absehbar – gerade die USA als Weltwirtschaftsmacht steht noch immer am Beginn der Pandemie.“



Marco Knop,
Marketingleiter

Project Floors
Voll lieferfähig

„Unsere Produktion (in Taiwan, Anmerk.d.Red.) war und ist von der Corona-Krise nicht betroffen, so dass wir durchgehend voll lieferfähig waren und weiterhin sind. Bestellungen unserer Kunden werden wie gewohnt bearbeitet und ausgeliefert. Im ersten Quartal des Jahres 2020 gab es keine wesentlichen

Abweichungen zum geplanten Umsatzziel. Das zweite Quartal wird zeigen, wie sich die Beschränkungen auf den Umsatz auswirken. Hier gibt es sicherlich regionale Unterschiede aufgrund der uneinheitlichen Vorgehensweisen der einzelnen Landesregierungen.“

Repac
„Wir halten an Investitionen fest“

„Unsere Lieferketten aus Asien sind bis dato sehr stabil; bis auf die staatlich verordnete Produktionspause nach dem chinesischen Neujahrsfest haben wir keine Verzögerungen bei den Containeranlieferungen. Mit der Umsatzentwicklung in Quartal eins sind wir sehr zufrieden und haben einen neuen Rekordumsatz erreicht. Wir haben wieder zweistellig zugelegt. Im April sind wir dagegen verhalten gestartet. Mit den ersten Lockerungen Ende April haben wir eine deutliche Belebung festgestellt. Wir gehen aktuell davon aus, dass

unsere Branche in der Pandemie auch Chancen hat, da die Menschen statt in den Urlaub in die Renovierung investieren werden.“

Da wir vertriebsseitig zu 95 % auf die D/A/CH-Region fokussiert sind, sehen wir durchaus die Möglichkeit, unseren Umsatz aus 2019 wieder zu erreichen. Unsere Investitionen in neue Produktionsanlagen werden wir ebenso aufrecht erhalten wie auch die geplanten Produktneueinführungen in der zweiten Jahreshälfte.“



Rüdiger Timm,
geschäftsführender
Gesellschafter

Rigromont
„Gestärkt aus der Krise hervorgehen“

„Die Situation ist in ihren Auswirkungen regional sehr unterschiedlich, es gibt stärker und weniger stark betroffene Regionen. Entsprechend reagieren unsere Gesellschafter der jeweiligen regionalen Lage angepasst. Auch die wirtschaftlichen Auswirkungen der

Pandemie und der damit verbundenen Beschränkungen auf das Geschäft zeigen sich regional und zeitlich versetzt unterschiedlich. In Summe zeigt die Krise die zunächst befürchteten gravierenden Folgen auf das Geschäft bislang nicht, mit regionalen →



Dr. Christian Flühöh,
Geschäftsführer

Amtico: Aus LVT werden Gesichtsmasken

Amtico produziert seit Anfang März 2020 in Teilen seines LVT-Werks im englischen Coventry Komponenten für Gesichtsschutzschilde (PSA), die landesweit den Mitarbeitern im Gesundheitsdienst, dem National Health Service (NHS), sowie anderen systemrelevanten Berufsgruppen zur Verfügung gestellt werden. Der Bodenbelagshersteller arbeitet mit Schulen zusammen, die Gesichtsschutzmasken im 3D-Druck herstellen, die dann zusammengesetzt und verteilt werden. Das Unternehmen hat dafür seine Maschinen und Produktionsmaterialien modifiziert.

ponenten besteht. Dadurch könne die Montage schneller und effizienter ablaufen, das Schutzschild sei sicherer und stabiler. Gary Wilson, Leiter der technischen Abteilung bei Amtico, erklärt dazu: „Wir haben ein PVC-Material verwendet, das aus der 1 mm-Nutzschicht der LVT unserer Kollektion Signature modifiziert wurde und mit einem phthalatfreien Weichmacher hergestellt wird. Dieses ist extrem flexibel, langlebig und lässt sich leicht schneiden, so dass wir das Stirnband mit Toleranzen herstellen konnten, die einen sicheren und bequemen Sitz ermöglichen.“



Amtico liefert Komponenten für Schutzmasken, die dringend unter anderem in englischen Krankenhäusern benötigt werden.

Das ursprüngliche 3D-Druckdesign bestand aus einem Stirnband aus drei separaten Komponenten, das dann an ein transparentes Visier angebracht wurde. Nach Angaben von Amtico ist das Stirnband die komplexeste und zeitaufwendigste Komponente bei der Herstellung des Gesichtsschutzes. Ein Team aus Technik-, CAD- und Schneidespezialisten von Amtico änderte deswegen das Design des Kopfbandes, welches nun aus zwei statt aus drei Kom-

Seitdem Amtico die Kopfbänder liefert, sind einige Schulen in der Lage, die Stückzahlen der produzierten Kopfbänder von 650 auf teilweise bis zu 4.500 Einheiten pro Woche zu erhöhen. Der Hersteller arbeitet nun eng mit der Design and Technology Association zusammen, um Schulen in ganz Großbritannien zu erreichen. Amtico ist auch im offiziellen PSA-Beschaffungsdienst der Regierung gelistet.

Ausnahmen. Teilweise hat ein anziehendes Renovierungs- und Objektgeschäft in der Krise – verbunden mit hoher Warenverfügbarkeit bei den Gesellschaftern – auch zu stabilisierenden Entwicklungen geführt.

Das Problem ist eher der Blick nach vorn: Hier herrscht nach wie vor Ungewissheit darüber, wie sich

Schlau Großhandel (Brüder Schlau) Positives Gefühl für die Zukunft



Ingo Stückmann,
Geschäftsführer

„Für uns hat die Gesundheit unserer Kunden und Mitarbeiter höchste Priorität und wir tun unser Bestmögliches, um den gewohnten Service, beispielsweise die pünktlichen Lieferungen und die Baustellenbetreuung, aufrechtzuerhalten. Unsere Schlau-Handwerkermärkte waren und sind während der Corona-Pandemie stets geöffnet. Natürlich halten auch wir uns strikt an die Hygiene- und Abstandsvorgaben. In unserem

Südbund Das erste Quartal lief noch gut



Klaus Kurringer,
Vorstandsvorsitzender

„Glücklicherweise haben wir bis jetzt keinen Fall einer Covid-19-Ansteckung in unserem Unternehmen, so dass wir nahezu wie gewohnt arbeiten können – bis auf den Umstand, dass die Nachfrage nachgelassen hat. Das erste Quartal lief noch gut. Aber mit dem Fortschreiten der Einschränkungen sind die Umsätze und damit die Bestellungen unserer Fachgeschäfte deutlich zurückgegangen, so dass wir schon fast in logischer Konsequenz mit dem April Kurzarbeit für einzelne Abteilungen angemeldet haben. Inzwischen dürfen wieder einige Fachgeschäfte öffnen, was sehr erfreulich ist. Natürlich wird sich diese Pandemie auf

Toucan-T In der zweiten Jahreshälfte wird der Markt schwierig



Oliver Loskant,
Geschäftsführer

„Unsere Produktion hier in Krefeld läuft weiter, wir sind ohne Einschränkung lieferfähig. Die Auslieferung erfolgt wie gewohnt, auch wenn es durch die Minderlastung der Speditionen zu zeitlichen Verzögerungen beim Transport kommt. Ab Mai haben wir aber auch wieder Außentermine bei Kunden – natürlich

das Geschäft über die Jahresmitte weiterentwickeln wird, sowohl absatz- und vertriebsseitig als auch etwa hinsichtlich der Warenverfügbarkeit. Wir sehen uns und unsere Gruppe trotz der aktuellen Krisensituation gut aufgestellt, Zurzeit müssen wir zwangsläufig eher auf Sicht steuern, aber auch diese Krise wird vorübergehen. Wir haben Grund zur Hoffnung, gestärkt aus dieser Situation hervorgehen zu können.“

Onlineshop haben wir das bestellbare Sortiment deutlich ausgebaut. Die Belastung der Branche aufgrund von Covid-19 sowie die Auswirkungen auf die Handwerker-Profis sind sehr schwer zu beurteilen, da die Dauer der Pandemie nicht einzuschätzen ist. Die aktuellen Tendenzen zur Normalisierung des öffentlichen Lebens beobachten wir aufmerksam und gehen der Zukunft mit einem positiven Gefühl entgegen.“

die Umsätze unserer Fachgeschäfte auswirken und in Folge dessen auf das Volumen unserer Zentralregulierung. Inwieweit sich ein Teil davon bis zum Jahresende aufholen lässt, kann zum Zeitpunkt heute niemand sagen.

Wir glauben, dass wir ‚inhaltlich‘ gestärkt aus dieser Krise hervorgehen werden. Denn gerade in schwierigen Zeiten erkennen viele den Vorteil, den sie mit einem Verband haben. Das gilt umso mehr für uns als Genossenschaft, deren Kernwerte es sind, solidarisch und partnerschaftlich zu handeln.“

unter Einhaltung der Abstands- und Hygieneauflagen. Aktuell ist unsere Auftragslage durch unseren Schwerpunkt im Objekt noch recht stabil. Derzeit laufende Projekte werden überwiegend noch abgeschlossen, kurzfristig werden die Auswirkungen auf die Baubranche somit noch überschaubar sein.

Frühindikatoren zeigen aber eine negative Entwicklung, und so rechnen wir in den kommenden Monaten mit einer starken Beeinflussung unserer Geschäfte. Im Rahmen einer eintretenden Rezession werden sich diese schwierig darstellen. Wir sind weitgehend

von der Bauwirtschaft abhängig. Die Nachfrage nach neuen Projekten wird mittelfristig sicher stark reduziert, so dass wir ab der zweiten Jahreshälfte mit sehr herausfordernden Marktverhältnissen für uns und die gesamte Branche rechnen.“

Vorwerk Teppichwerke „Wir müssen uns neuen Rahmenbedingungen anpassen“

„Wie viele andere produzierende Unternehmen ist auch Vorwerk Flooring von den Auswirkungen von Covid-19 getroffen worden. Da gibt es nichts zu beschönigen. Für den Ausgleich negativer Effekte haben wir uns dann, auch im Hinblick auf die Sicherung der Arbeitsplätze der rund 300 Vorwerker in Hameln, sehr schnell für Kurzarbeit entschieden und unter anderem die Produktion vom 1. bis 17. April gestoppt. Auch

unsere Ab- und Umsätze werden von der jetzigen Situation getroffen. Wir partizipieren dabei an den Entwicklungen im Handelsgeschäft wie auch im Objektgeschäft. Die Auswirkungen von Covid-19 lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht seriös abschätzen. Das hängt von zu vielen Variablen ab. Tatsache ist aber, dass sich Vorwerk Flooring den neuen Rahmenbedingungen anpassen muss.“

Windmüller Die Aussichten sind eher eingetrübt

„Die Auslandsumsätze brechen ein, während der deutsche Markt noch relativ stabil unterwegs ist und damit die Gesamtlage stark abmildert. Allerdings müssen wir vorerst unsere Budgetplanung außer Kraft setzen und auf Sicht fahren. Es fällt uns allen sicherlich schwer zu glauben, dass die Wirtschaft

insgesamt und auch unserer Branche ohne Schaden diese Zeit hinter sich lassen werden. Einige Stimmen sprechen sogar von einer zweiten Corona-Welle für den Herbst. Damit ist jede Form von Prognose zur Zeit unmöglich; die Aussicht aber wohl eher stark eingetrübt.“

Ausführliches Interview mit Ralf Eisermann auf Seite 84 →



Florian Bausch,
Leiter Marketing und
Produktentwicklung



Ralf Eisermann,
Geschäftsführer

Vorwerk Teppichwerke wieder angelaufen

Bei Teppichbodenhersteller Vorwerk wird seit dem 20. April 2020 unter Einhaltung strenger Hygienevorschriften wieder produziert. Die Hamelner hatten ihre Anlagen vom 1. bis 17. des Monats wegen der Beschränkungen infolge der Corona-Pandemie komplett gestoppt. In der Zeit des Stillstands hatte das Unternehmen seine Kunden mit Lagerware beliefert. Seit Neustart der Maschinen läuft auch wieder Auftragsware wie gewohnt von den Bändern.

Associated Weavers Einen Monat Zwangspause beendet

Associated Weavers hatte aufgrund der Corona-Pandemie das Werk im belgischen Ronse für einen Monat vom 20. März bis 21. April 2020 komplett herunterfahren müssen. Die Belieferung wurde in diesem Zeitraum nach Angaben des Tufters und wichtigen Lieferanten des deutschsprachigen Fach- und Großhandels mit Lagerware weitestgehend aufrechterhalten. Inzwischen laufen die Anlagen wieder.

Balsan Drei Wochen weder Produktion noch Versand

Nach einer dreiwöchigen Zwangspause produziert der französische Teppichenbodenhersteller Balsan seit Mitte April 2020 wieder in seinen beiden Werken in Arthon. Der Marktführer in Frankreich hatte sowohl Produktion als auch Versand Ende März aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie und als Schutzmaßnahme für seine Mitarbeiter komplett eingestellt.



Wie sich Windmüller auf Corona eingestellt hat

Der ostwestfälische Bodenbelags- und Akustiksysteme-Produzent Windmüller hat bereits Anfang März 2020 einen „Arbeitskreis Corona“ zum Schutz der Mitarbeiter und zur Aufrechterhaltung der Produktionen an den Standorten in Detmold und Augustdorf gegründet. Geleitet wird das Gremium von Mit-Geschäftsführer Ralf Eisermann. Der Chief Operation Officer (COO) gibt in einem exklusiven BTH Heimtex-Interview einen Einblick in die Lage des Familienunternehmens in Zeiten der Corona-Pandemie.

BTH Heimtex: Wie sind Sie durch die ersten Wochen des Shutdowns gekommen ?

Ralf Eisermann: Wir haben schon vor sechs Wochen zum Schutz unserer Mitarbeiter einen „Arbeitskreis Corona“ gegründet, der zweimal pro Woche via Skype die Lage bespricht. Dort sind Mitarbeiter aus den verschiedensten Bereichen unseres Unternehmens vertreten. Alle notwendigen und sinnvollen Schutzmaßnahmen haben wir gleich in den ersten beiden Wochen auch umgesetzt haben.

BTH Heimtex: Welche konkreten Hygienevorsichtsmaßnahmen haben Sie eingeführt ?

Eisermann: Wir desinfizieren bei Windmüller permanent alle Türklinken in allen Bereichen im Abstand von etwa drei Stunden. Wir haben konsequent in allen WC- und Küchenbereichen sowie Aufenthaltsräumen und an den Rezeptionen Desinfektionsmitteln aufgestellt. Der Schichtwechsel in der Produktion erfolgt in einem zeitlichen Abstand von 15 Minuten. Alle Bedienpulte in der Fertigung werden ebenfalls desinfiziert. In den Bereichen wo möglich, einschließlich der Unternehmensführung, haben wir Homeoffice ausgeweitet. Alle Büroräume sind jetzt mit maximal einem Mitarbeiter aus einem Bereich besetzt, um zu vermeiden, dass eine Abteilung komplett ausfällt. Wir haben die Rubrik „Corona“ auf unserem firmeneigenen Intranet „Sharepoint“ für Updates und allgemeine Informationen für Mitarbeiter eingerichtet. Wir führen auch ein sogenanntes Corona-Logbuch, in dem wir alle wichtigen Ereignisse und Entscheidungen festhalten. Alle Mitarbeiter wurden informiert, wie sie sich bei einem Covid-19-Verdachtsfall beziehungsweise bei einem -Befund richtig verhalten. Zusätzlich haben wir ein „Corona-Telefon“ für Rückfragen eingerichtet. Mitarbeiter mit Erkältungssymptomen stellen wir sofort von der Arbeit frei.



Ralf Eisermann, COO Windmüller

BTH Heimtex: Produziert Windmüller aktuell ?

Eisermann: Wir produzieren uneingeschränkt voll durch.

BTH Heimtex: Beliefern Sie Ihre Kunden aus Groß- und Fachhandel sowie Handwerk mit Ware ?

Eisermann: Wir liefern uneingeschränkt unsere Kundenaufträge aus.

BTH Heimtex: Haben Sie Kurzarbeit angemeldet ?

Eisermann: Wir haben aktuell für April und Mai Kurzarbeit vorbeugend angemeldet; ob wir sie tatsächlich nutzen, werden wir noch entscheiden.

BTH Heimtex: Wie arbeitet der Außen- und Innendienst momentan ?

Eisermann: Unser Außendienst praktiziert unsere Homeoffice-Regelung und steht in Kontakt mit unseren Kunden. Rund ein Drittel des Innendienstes ist im Unternehmen anwesend.

BTH Heimtex: Haben Sie Ihre digitalen Dienstleistungen und Services ausgebaut beziehungsweise intensiviert ?

Eisermann: Die Etablierung unseres Windmüller-Partnerportals 2019 war ein guter Schritt zur richtigen Zeit. Wir verzeichnen aktuell eine immer stärkere Nutzung durch unsere Fachhandelskunden.

BTH Heimtex: Inwieweit wirken die Beschränkungen durch die Pandemie sich auf Ihre Ab- und Umsätze aus ?

Eisermann: Die Auslandsumsätze brechen ein, während der deutsche Markt noch relativ stabil unterwegs ist und damit die Gesamtlage stark abmildert. Allerdings müssen wir vorerst unsere Budgetplanung außer Kraft setzen und auf Sicht weiter fahren. Wir sind froh, bis jetzt keine besondere Finanzhilfe in Anspruch nehmen zu müssen und erwarten das auch nicht.

BTH Heimtex: Welche Folgen durch die Corona-Pandemie sehen Sie kurz- und mittelfristig für Ihr Unternehmen ?

Eisermann: Zum jetzigen Zeitpunkt ist es sicherlich noch zu früh, detaillierte Aussagen treffen zu können. Es fällt uns allen sicherlich schwer zu glauben, dass die Wirtschaft insgesamt und auch unserer Branche ohne Schaden diese Zeit hinter sich lassen werden. Einige Stimmen sprechen sogar von einer zweiten Corona-Welle für den Herbst. Damit ist jede Form von Prognose zur Zeit unmöglich; die Aussicht aber wohl eher stark eingetrübt.

Die Fragen stellte Jochen Lange.
» jochen.lange@snfachpresse.de